

BAB II

TINJAUAN LITERATUR

A. Citra

1. Pengertian Citra

Menurut G. Sach dalam Soemirat dan Elvinaro Ardianto (2007:171) citra adalah pengetahuan mengenai kita dan sikap-sikap terhadap kita yang mempunyai kelompok-kelompok yang berbeda. Pengertian citra ini kemudian disitir oleh Effendi dalam Soemirat dan Elvinaro Ardianto (2007:171) bahwa citra adalah dunia sekeliling kita yang memandang kita.

Menurut Bill Canton dalam Sukatendel (1990:111) adalah kesan, perasaan, gambaran dari public terhadap perusahaan. Kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi. (Soemirat dan Elvinaro Ardianto, 2007: 111-112). Bertolak dari pengertian tersebut, Sukatendel dalam Soemirat dan Elvinaro Ardianto (2007:112), berpendapat bahwa citra itu dengan sengaja perlu diciptakan agar bernilai positif.

Sedangkan menurut Katz dalam Soemirat dan Elvinaro Ardianto (2007: 113), citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas.

Menurut Frank Jefkins dalam Soemirat dan Elvinaro Ardianto (2007:114), citra diartikan sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya.

Jalaludin Rakhmad dalam Soemirat dan Elvinaro Ardianto (2007:114), mendefinisikan citra sebagai gambaran tentang realitas dan tidak harus sesuai dengan realitas, citra adalah dunia menurut persepsi.

Berdasarkan pengertian para pakar di atas, citra dapat diartikan sebagai gambaran yang didapat oleh lingkungan di sekitar atau pihak lain sebagai hasil dari pengalaman dan pengetahuannya tentang suatu obyek.

2. Jenis-Jenis Citra

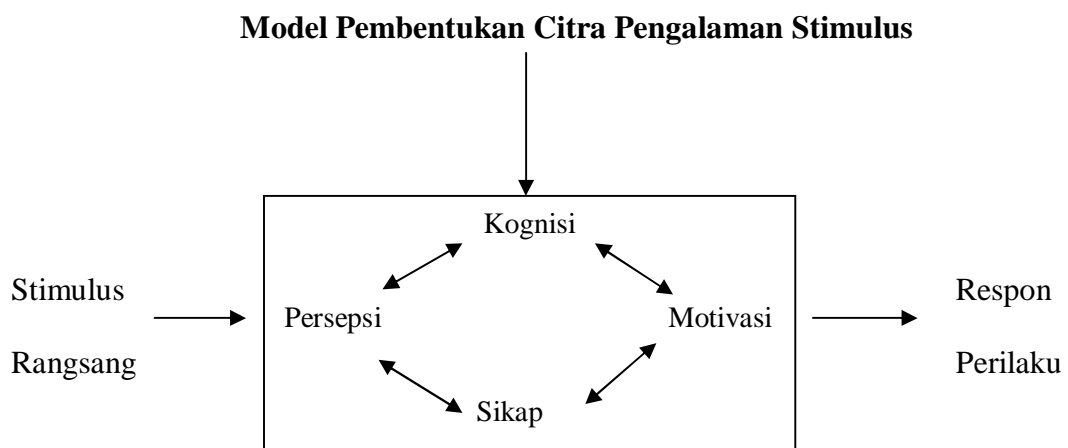
Frank Jefkins dalam Soemirat dan Elvinaro Ardianto (2007:117), membagi citra dalam beberapa jenis, antara lain:

- a. *The mirror image* (cerminan citra), yaitu bagaimana dugaan (citra) manajemen terhadap public eksternal dalam melihat perusahaannya.
- b. *The current image* (citra masih hangat), yaitu citra yang terdapat pada publik eksternal, yang berdasarkan pengalaman atau menyangkut miskinnya informasi dan pemahaman publik eksternal. Citra ini bisa saja bertentangan dengan *mirror image*.
- c. *The wish image* (citra yang diinginkan), yaitu manajemen menginginkan pencapaian prestasi tertentu. Citra ini diaplikasikan untuk sesuatu yang baru sebelum public eksternal memperoleh informasi secara lengkap.
- d. *The multiple image* (citra yang berlapis), yaitu sejumlah individu, kantor cabang atau perwakilan perusahaan lainnya dapat membentuk citra tertentu yang belum tentu sesuai dengan keseragaman citra seluruh organisasi atau perusahaan.

3. Proses pembentukan citra

Citra merupakan kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta-fakta atau kenyataan. Citra membentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima seseorang, komunikasi tidak secara langsung menimbulkan perilaku tertentu, tetapi cenderung mempengaruhi cara kita mengorganisasikan citra kita tentang lingkungan, begitu yang diungkap Elvinaro dalam bukunya *Dasar-Dasar Public Relations* tahun 2002, dikutip dari Danasaputra tahun 1995.

Masih dalam buku yang sama, Elvinaro lebih lanjut mengungkapkan bahwa proses pembentukan citra dalam struktur kognitif yang sesuai dengan pengertian sistem komunikasi dijelaskan oleh John. S. Nimpoerno dalam laporan penelitian tentang Tingkah Laku Konsumen, seperti yang dikutip Danasaputra, sebagai berikut :



Sumber : Dasar-Dasar Public Relations (Soleh Soemirat dan Elvinaro, 2007)

Model Pembentukan Citra menunjukkan bahwa struktur yang berasal dari luar diorganisasikan dan mempengaruhi respons. Stimulus (rangsang) yang diberikan individu dapat diterima atau ditolak. Jika stimulus yang diberikan ditolak, maka proses selanjutnya tidak akan berjalan. Hal ini menunjukkan bahwa stimulus tersebut tidak efektif dalam mempengaruhi individu atau publik, karena tidak adanya respon atau perhatian dari sasaran yang hendak dituju. Empat komponen, yakni persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap diartikan sebagai citra individu terhadap rangsang, oleh *Walter Lipman* disebut juga sebagai "*Picture Our Head*". Jika stimulus mendapat perhatian, maka individu akan berusaha untuk mengerti stimulus yang diberikan.

Pada dasarnya proses pembentukan citra adalah respon dari stimulus yang diberikan. Akan tetapi proses tersebut akan berbeda hasilnya karena dipengaruhi oleh persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap yang berbeda pula.

a. Stimulus/ Rangsang

Menurut Chaplin dalam Walgito (2002:68), stimulus adalah segala sesuatu yang mengenai reseptor, dan menyebabkan aktifnya organisme. Ini berarti segala sesuatu yang mengenai reseptor menyebabkan reseptor itu aktif, dan ini menyebabkan organisme itu aktif.

Masih menurut Chaplin dalam Walgito (2002:69), stimulus dapat datang dari dalam diri dan datang dari luar organisme yang berangkutan. Namun demikian sebagian besar stimulus datang dari luar organisme.

1. Faktor yang Mempengaruhi agar Stimulus dapat Dipersepsi

a. Intensitas atau kekuatan stimulus

Agar stimulus dapat dipersepsi oleh individu, stimulus tersebut harus cukup kuatnya. Dengan demikian, kekuatan stimulus akan turut menentukan dipersepsi atau tidaknya stimulus itu. Sehubungan dengan kekuatan stimulus, dapat dikemukakan bahwa pada umumnya stimulus yang kuat lebih menguntungkan dalam kemungkinannya untuk direspon apabila dibandingkan dengan stimulus yang lemah. Misalnya: penjual yang menawarkan barang dagangannya dengan suara yang keras, atau menggunakan alat yang menimbulkan suara yang keras untuk menarik perhatian orang.

b. Ukuran Stimulus

Pada umumnya ukuran stimulus yang lebih besar lebih menguntungkan dalam menarik perhatian apabila dibandingkan dengan ukuran yang kecil. Suatu headline yang besar dari surat kabar akan lebih menarik perhatian apabila dibandingkan dengan huruf-huruf yang kecil lainnya. Suatu iklan yang besar pada umumnya lebih menarik perhatian apabila dibandingkan dengan yang lebih kecil.

c. Perubahan stimulus

Seperti yang telah dikemukakan di atas, stimulus monoton kurang menguntungkan, dan karena itu perlu adanya

perubahan dari stimulus itu untuk dapat lebih menarik perhatian. Orang tidak akan memperhatikan lagi bunyi jam yang tergantung pada tembok yang sudah tiap hari didengar, tetapi jika pada suatu hari jam tersebut tidak berbunyi, jadi ada perubahan stimulus, maka justru pada waktu itu tertariklah perhatian orang kepada perubahan stimulus tersebut, dan timbul pertanyaan mengapa jam itu mati.

d. Ulangan dari Stimulus

Stimulus yang diulangi pada dasarnya lebih menarik perhatian daripada yang tidak diulangi. Bunyi kentongan yang bertalu-talu akan lebih menarik perhatian apabila dibandingkan jika kentongan itu hanya berbunyi satu kali saja.

e. Pertentangan atau kontras dari stimulus

Stimulus yang bertentangan atau kontras dengan sekitarnya akan lebih menarik perhatian orang. Hal ini disebabkan karena stimulus itu lain dari keadaan pada umumnya. Kalau semua anak memakai pakaian putih-putih dan ada seorang anak yang memakai pakaian merah, maka keadaan yang kontras ini akan lebih menarik perhatian, sehingga perhatian akan tertuju kepada anak tersebut.

b. Persepsi

Diartikan sebagai hasil pengamatan terhadap suatu hal, atau stimulus yang diberikan dengan suatu proses pemaknaan. Publik akan memberikan makna atau arti terhadap rangsang berdasarkan pengalamannya tersebut kemampuan mempersepsi itulah yang dapat melanjutkan proses pembentukan citra. Persepsi akan positif bila informasi yang diberikan dapat memenuhi kognisi individu.

Menurut Desiderato dalam Rakhmat (2009:51), persepsi adalah pengalaman tentang obyek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.

”Masih menurut Desiderato dalam Rakhmat (2009:51), persepsi ialah memberikan makna pada stimuli inderawi. Hubungan sensasi dengan persepsi sudah jelas, sensasi adalah bagian dari persepsi. Walaupun begitu, menafsirkan makna informasi inderawi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga atensi, *ekspektasi*, motivasi, dan memori”.

1. Faktor-Faktor yang Berperan dalam Persepsi

Menurut Walgito (2002: 70), faktor-faktor yang berperan dalam persepsi:

a. Obyek yang dipersepsi

Obyek menimbulkan stimulus yang mengenai alat indera atau reseptor.

Stimulus dapat datang dari luar individu yang mempersepsi, tetapi juga dapat datang dari dalam individu yang bersangkutan yang langsung mengenai syaraf penerima yang bekerja sebagai reseptor.

b. Alat indera, syaraf, dan pusat susunan syaraf

Alat indera atau reseptor merupakan alat untuk menerima stimulus. Disamping itu juga harus ada syaraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan stimulus yang diterima reseptor ke pusat susunan syaraf, yaitu otak sebagai pusat kesadaran.

c. Perhatian

Untuk menyadari atau mengadakan persepsi diperlukan adanya perhatian, yaitu merupakan langkah pertama sebagai suatu persiapan dalam rangka mengadakan persepsi yaitu, obyek atau stimulus yang dipersepsi, alat indera dan syaraf-syaraf serta pusat susunan syaraf yang merupakan syaraf fisiologis, dan perhatian, yang merupakan syaraf psikologis.

c. Kognisi

Menurut Walgito (2002:67), kognisi berarti kemampuan jiwa manusia yang berhubungan dengan pengenalan. Jadi manusia harus mengenal stimulus atau rangsang yang diberikan agar memperoleh respon.

Proses kognitif menggabungkan antara informasi yang diterima melalui indera tubuh manusia (stimulus) dengan informasi yang telah disimpan di ingatan jangka panjang. Kedua informasi tersebut diolah di ingatan kerja yang berfungsi sebagai tempat pemrosesan informasi. Kapabilitas pengolahan ini dibatasi oleh kapasitas ingatan kerja dan faktor waktu. Proses selanjutnya adalah pelaksanaan tindakan yang telah dipilih.

Tindakan dilakukan mencakup proses kognitif dan proses fisik dengan anggota tubuh manusia (jari, tangan, kaki, dan suara). Tindakan dapat juga berupa tindakan pasif, yaitu melanjutkan pekerjaan yang telah dilakukan sebelumnya.

Keyakinan diri terhadap stimulus. Hal ini timbul apabila stimulus yang diberikan dapat dimengerti. Maka dari itu berkaitan dengan proses pembentukan citra, *public relation* harus memberikan informasi yang cukup yang dapat mempengaruhi perkembangan kognisi publiknya.

1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perkembang Kognisi

a. Faktor Keturunan /Hereditas

Teori hereditas atau nativisme pertama kali dipelopori oleh seorang ahli filsafat. Dia berpendapat bahwa manusia lahir sudah membawa potensi-potensi tertentu yang tidak dapat dipengaruhi lingkungan. Berdasarkan teorinya, taraf intelegensi sudah ditentukan sejak anak dilahirkan, sejak faktor lingkungan tak berarti pengaruhnya. Para ahli psikologi Loehlin, Lindzey dan Spuhler berpendapat bahwa taraf intelegensi 75-80% merupakan warisan atau faktor keturunan. Pembawaan ditentukan oleh ciri-ciri yang dibawa sejak lahir (batasan kesanggupan).

b. Faktor Lingkungan

Teori lingkungan atau empirisme dipelopori oleh Jhon Locke. Dia berpendapat bahwa manusia dilahirkan

sebenarnya suci atau tabularasa. Menurut pendapatnya, perkembangan manusia sangatlah ditentukan oleh lingkungannya. Berdasarkan pendapat Jhon Locke tersebut perkembangan taraf intelegensi sangatlah ditentukan oleh pengalaman dan pengetahuan yang diperolehnya dari lingkungan hidupnya.

c. Kematangan

Tiap organ (fisik maupun psikis) dapat dikatakan telah matang jika telah mencapai kesanggupan menjalankan fungsinya masing-masing. Kematangan berhubungan erat dengan usia kronologis (usia kalender).

d. Pembentukan

Pembentukan adalah segala keadaan di luar diri seseorang yang mempengaruhi perkembangan intelegensi. Pembentukan dapat dibedakan menjadi pembentukan sengaja (sekolah/formal) dan pembentukan tidak sengaja (pengaruh alam sekitar/informal), sehingga manusia berbuat intelejen karena untuk mempertahankan hidup ataupun dalam bentuk penyesuaian diri.

e. Minat Dan Bakat

Minat mengarahkan perbuatan kepada suatu tujuan dan merupakan dorongan bagi perbuatan itu. Apa yang menarik minat seseorang mendorongnya untuk berbuat lebih giat dan

lebih baik lagi. Sedangkan bakat diartikan sebagai kemampuan bawaan, sebagai potensi yang masih perlu dikembangkan dan dilatih agar dapat terwujud. Bakat seseorang akan mempengaruhi tingkat kecerdasannya. Artinya, seseorang yang memiliki bakat tertentu, maka akan semakin mudah dan cepat mempelajari hal tersebut.

f. Kebebasan

Kebebasan yaitu kebebasan manusia berpikir divergen (menyebar) yang berarti bahwa manusia itu dapat memilih metode-metode yang tertentu dalam memecahkan masalah-masalah, juga bebas dalam memilih masalah sesuai kebutuhannya.

d. Motivasi

Sebelum melangkah pada motivasi, perlu dipahami mengenai motif terlebih dahulu. Menurut Branca dalam Walgito (2002:168), motif adalah kekuatan yang terdapat dalam diri organisme yang mendorong untuk berbuat dan merupakan *driving force*. Hal-hal yang dapat mempengaruhi motif disebut motivasi.

Motivasi merupakan keadaan dalam diri individu atau organisme yang mendorong perilaku ke arah tujuan. (Walgito, 2002:169). Dari pengertian motivasi di atas dapat dikemukakan bahwa motivasi mempunyai tiga aspek, pertama, kesiapan bergerak karena kebutuhan

misalnya kebutuhan jasmani, karena keadaan lingkungan atau karena keadaan mental seperti berpikir dan ingatan. Kedua, perilaku yang timbul dan terarah karena keadaan. Ketiga, *goal* atau tujuan yang dituju oleh perilaku tersebut.

Sedangkan menurut Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab (2005:132), motivasi dapat didefinisikan dengan segala sesuatu yang menjadi pendorong tingkah laku yang menuntut atau mendorong seseorang untuk memenuhi kebutuhan.

Masih menurut Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab (2005:132), motivasi mempunyai tiga komponen pokok, yaitu:

1. Menggerakkan. Dalam hal ini motivasi menimbulkan kekuatan pada individu, membawa seseorang untuk bertindak dengan cara tertentu.
2. Mengarahkan. Berarti motivasi mengarahkan tingkah laku. Dengan demikian ia menyediakan orientasi tujuan. Tingkah laku individu diarahkan terhadap sesuatu.
3. Menopang. Artinya, motivasi digunakan untuk menjaga dan menopang tingkah laku, lingkungan sekitar harus menguatkan intensitas dan arah dorongan-dorongan dan kekuatan individu.

e. Sikap

Kecenderungan bertindak, persepsi, berpikir, dan merasa dalam objek, ide, situasi, atau nilai. Sikap bukan perilaku, tetapi merupakan

kecenderungan untuk berperilaku dengan cara tertentu. Sikap mempunyai daya pendorong atau motivasi. Sikap juga mengandung aspek evaluatif, yakni mengandung nilai menyenangkan atau tidak, dan sikap yang dapat dipertahankan atau diubah.

Komponen utama pembentuk sikap ada tiga:

1. Kesadaran

Secara harfiah, kesadaran sama artinya dengan mawas diri. Kesadaran juga bisa diartikan sebagai kondisi dimana seorang individu memiliki kendali penuh terhadap stimulus internal maupun stimulus eksternal. Namun, kesadaran juga mencakup dalam persepsi dan pemikiran yang secara samar-samar disadari oleh individu sehingga akhirnya perhatiannya terpusat.

Ada dua macam kesadaran, yaitu:

a. Kesadaran Pasif

Keadaan dimana seorang individu bersikap menerima segala stimulus pada saat itu, baik stimulus internal maupun eksternal.

b. Kesadaran Aktif

Kondisi dimana seseorang menitikberatkan pada inisiatif dan mencari serta menyeleksi stimulus-stimulus yang diberikan.

2. Perasaan

Menurut Chaplin dalam Walgito(2002:155), perasaan adalah keadaan atau *state* individu sebagai akibat dari persepsi sebagai akibat dari stimulus baik internal maupun eksternal.

3. Perilaku

Perilaku adalah sebuah gerakan yang dapat diamati dari luar, seperti orang berjalan, naik sepeda, dan mengendarai motor atau mobil. Untuk aktifitas ini mereka harus berbuat sesuatu, misalnya kaki yang satu harus diletakkan pada kaki yang lain. Jadi perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus (rangsangan dari luar).

f. Perilaku/Respon

Tingkah laku atau aktivitas sebagai jawaban atas stimulus atau rangsang yang diberikan (Walgito,2002:9). Dilihat dari bentuk respon terhadap stimulus ini, maka perilaku dapat dibedakan menjadi dua yaitu:

1. Perilaku tertutup adalah respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk terselubung atau tertutup (covert). Respon atau reaksi terhadap stimulus ini masih terbatas pada perhatian, persepsi, pengetahuan / kesadaran, dan sikap yang terjadi belumbisa diamati secara jelas oleh orang lain.
2. Perilaku terbuka adalah respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk tindakan nyata atau terbuka. Respon terhadap terhadap stimulus tersebut sudah jelas dalam bentuk tindakan atau praktek (practice).

Menurut Notoatmodjo yang dikutip dalam www.infoskripsi.com faktor yang mempengaruhi perilaku yaitu:

- a. Faktor internal yaitu karakteristik orang yang bersangkutan yang bersifat given atau bawaan misalnya : tingkat kecerdasan, tingkat emosional, jenis kelamin, dan sebagainya.
- b. Faktor eksternal yaitu lingkungan, baik lingkungan fisik, fisik, ekonomi, politik, dan sebagainya. Faktor lingkungan ini sering menjadi faktor yang dominan yang mewarnai perilaku seseorang.

Proses pembentukan citra pada akhirnya menghasilkan sikap, pendapat, tanggapan, dan perilaku tertentu. Untuk mengetahui bagaimana citra suatu perusahaan / lembaga dalam suatu perusahaan diperlukan suatu penelitian. Karena melalui penelitian, instansi tersebut dapat mengetahui apa yang disukai atau tidak, serta dapat mengambil langkah-langkah representatif, ataupun peningkatan perusahaan. Penelitian citra memberi informasi untuk evaluasi kebijakan, memperbaiki kesalahpahaman, menentukan strategi perusahaan berikutnya, agar dapat bertahan bahkan berkembang lebih baik lagi.

4. Faktor-Faktor Pembentuk Citra

Menurut Normann dalam Kandampully yang dikutip oleh frommarketing.blogspot.com faktor-faktor pembentuk citra adalah:

- a. *Advertising*

Periklanan mempengaruhi pembentukan citra sebuah lembaga. Iklan yang ditampilkan berpengaruh dalam membangun citra.

b. *public relation*

Salah satu metode komunikasi untuk menciptakan citra positif dari mitra organisasi atas dasar menghormati kepentingan bersama. *PR* turut mengambil peran dalam pembangunan citra sebuah lembaga, karena *PR* merupakan ujung tombak sebuah lembaga dalam bermitra dan mengomunikasikan pesan kepada khalayak untuk membentuk sebuah citra positif.

c. *physical image*

Kesan fisik sebuah lembaga dapat berpengaruh terhadap pembentukan citra lembaga tersebut.

d. *word of mouth*

Komunikasi lisan (**Word Of Mouth marketing** - WOM) merupakan salah satu alat yang digunakan oleh *marketer* dalam menjalankan kegiatan promosinya, selain bentuk promosi yang lainnya seperti iklan, publikasi dan sebagainya. WOM ini mempengaruhi pembentukan citra lembaga.

e. pengalaman nyata konsumen dalam memakai barang / jasa.

Faktor ini paling berpengaruh langsung dalam membentuk citra, karena dari pengalaman konsumen memakai barang/ jasa ini lah yang kemudian memunculkan andangan atau persepsi, sehingga lembaga dapat dicitrakan seperti apa di mata konsumen.

B. Perpustakaan

“Perpustakaan ditempatkan sebagai suatu subyek dan obyek sekaligus, yang didalamnya bisa bermakna proses, ilmu, seni, pusat koleksi, pusat

pelestarian, tempat, unit kerja, ruang gedung, bahkan pusat pengolahan, atau pelayanan”. (Yusup,2009:27).

“Perpustakaan juga bisa berarti sebuah ruangan, bagian sebuah gedung, ataupun gedung itu sendiri yang digunakan untuk menyimpan buku dan terbitan lainnya yang biasanya disimpan menurut tata susunan tertentu, untuk digunakan pembaca, bukan untuk dijual”. (Basuki, 1991:3).

Menurut Adjat Sakri dkk. dalam Soeatminah (1992:32), perpustakaan adalah lembaga yang menghimpun pustaka dan menyediakan sarana bagi orang untuk memanfaatkan koleksi pustaka tersebut.

Perpustakaan juga perlu dipahami bukan sekedar sebagai lembaga yang mengelola buku dan terbitan lainnya, tetapi juga mengelola sumber informasi dengan memanfaatkan teknologi informasi. Oleh karena itu diperlukan tenaga yang menguasai keahlian (skill) dan ketrampilan dalam bidang tersebut (Lasa Hs, 2005:48).

Berdasarkan definisi di atas perpustakaan dapat didefinisikan sebagai sebuah lembaga dimana di dalamnya disimpan koleksi tercetak maupun non cetak yang disimpan dengan sistem tertentu untuk dimanfaatkan memenuhi kebutuhan informasi pemustaka.

C. Media Massa

1. Pengertian Media Massa

“Menurut Onong dalam Wardhani (2008:20), media massa yang pada awalnya dikenal dengan istilah pers berasal dari bahasa Belanda, yang dalam bahasa Inggris *press*. Secara harfiah pers berarti cetak dan secara maknawiah berarti penyiaran secara tercetak atau publikasi secara tecetak (*print publication*). Dalam perkembangannya pers mempunyai dua pengertian, yakni pers dalam pengertian sempit dan pers dalam pengertian luas. Pers dalam arti luas adalah meliputi segala

penerbitan, termasuk media massa elektronika, radio siaran dan televisi siaran, sedangkan pers dalam arti sempit hanya terbatas pada media massa cetak, yakni surat kabar, majalah dan bulletin kantor berita.”

“Menurut Undang-Undang Pers No. 40 Tahun 1999, Pers juga didefinisikan sebagai lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi, mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia (Wardhani,2008:21).”

“Racmadi dalam Wardhani (2008:7) menjelaskan peranan media massa bagi organisasi. Bagi organisasi, media massa mempunyai peranan penting dalam penyebaran informasi atau berita kepada masyarakat juga kepada pemerintah (pejabat-pejabat pemerintah) dan dalam pembentukan pendapat umum.”

2. Fungsi Media Massa

Berikut fungsi media massa secara universal menurut Wardhani (2008: 25) adalah:

- a. Fungsi Menyiarkan Informasi (*to inform*): penyampai informasi yang berkaitan dengan peristiwa, gagasan atau pikiran orang lain atau *special event*.
- b. Fungsi Mendidik (*to educate*): berfungsi mendidik dengan menyampaikan pengetahuan dalam bentuk tajuk, artikel, laporan khusus, atau cerita yang memiliki misi pendidikan.
- c. Fungsi Menghibur (*to entertain*): berfungsi memberikan pesan yang bisa menghilangkan ketegangan pikiran masyarakat dalam bentuk berita, cerita pendek, cerita bersambung, cerita bergambar, sinetron, drama, music, tari, dan lainnya.

- d. Fungsi Mempengaruhi (*to influence*) : berfungsi memppengaruhi pendapat, pikiran dan bahkan perilaku masyarakat. Hal ini ini lah yang merupakan hal terpenting dalam masyarakat karena media memiliki kemandirian (*independent*) untuk bersuara atau berpendapat, dan bebas melakukan pengamatan sosial (*social control*).

Menurut Undang- Undang Pers No.40 Tahun 1999 Pasal 3 dalam Wardhani (2008:26), menyebutkan bahwa fungsi pers di Indonesia:

- a. Pers Nasional berfungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan dan kontrol sosial.
- b. Pers Nasional juga berfungsi sebagai lembaga ekonomi. Intinya, undang-undang memberikan keleluasaan kepada perusahaan pers menjadi bagian dari industri pers yang memperoleh keuntungan atau profit atas usahnya tersebut.

3. Media Massa Cetak

Media cetak mempunyai karakteristik sebagai berikut:

- a. Pesannya tertulis
- b. Isi pesan bisa dibaca ulang
- c. Pesan disajikan secara rinci dan ilmiah
- d. Persuasi menyentuh rasio/pikiran (Wardhani,2008:23)

Media cetak yang dimaksud dalam penelitian ini adalah surat kabar. Surat kabar merupakan media cetak yang terbit setiap

hari secara teratur.(Wardhani,2008:30). Tulisannya dalam bentuk berita, artikel, feature, tajuk. Informasi yang disajikan lengkap menjawab pertanyaan 5W+1H (What, Who, When, Where, Why, dan How). Isi informasi ditujukan untuk mempengaruhi atau mempersuasikan secara rasional/pikiran.

Menurut Karl Batwizch dalam Soehoet (2003:11), syarat surat kabar adalah:

- a. Publisitas, artinya surat kabar diterbitkan untuk publik, untuk masyarakat umum, atau untuk siapa saja. Siapapun boleh membelinya dan boleh membacanya. Isinya bertujuan agar diketahui masyarakat umum.
- b. Periodisitas, artinya surat kabar tersebut terbit pada waktu yang telah ditentukan sebelumnya. Periode terbit, jarak waktu antara dua terbitan bersifat tetap dan teratur.
- c. Aktualitas, artinya isinya actual, belum pernah dimuat sebelumnya. Isi buku dapat dicetak ulang. Isi surat kabar yaitu isi bidang redaksi yakni hal-hal yang hangat (baru/aktual).
- d. Universal, artinya isinya tidak mengenai satu persoalannya saja. Isinya mengenai semua persoalan yang menjadi perhatian manusia seperti pendidikan, politik, sosial, budaya, hukum, ekonomi, kriminalitas dan lain-lain.
- e. Kontinuitas, artinya isinya berkesinambungan. Umpamanya surat kabar hari ini memuat berita pengadilan ketua DPR Akbar

Tanjung. Hendaknya pada terbitan selanjutnya memuat pula berita persidangan Akbar Tanjung sampai vonis hakim dijatuhkan.

Dibanding media cetak lain, surat kabar mempunyai kelebihan dan kekurangan. Menurut Wardhani (2008:30), kelebihan dan kekurangan surat kabar adalah sebagai berikut:

- Kelebihan
 - a. Harganya murah
 - b. Hanya Informasi lengkap dan actual (baru)
 - c. Mudah dan cepat menjangkau khalayak yang diinginkan, mudah dibawa dn disimpan.
- Kekurangan
 - a. Isi pesan singkat
 - b. Penyajian gambar /foto kurang menarik
 - c. Pesan hanya bisa disampaikan pada publik yang memiliki kemampuan membaca.

4. Redaksi Surat Kabar

Jajaran pimpinan penerbitan dalam surat kabar terdiri dari pemimpin umum, pemimpin redaksi, dan pemimpin perusahaan. Pemimpin umum memimpin seluruh kegiatan penerbian pers. (Soehoet,2003:12). Pemimpin umum membawahi dua pimpinan yaitu pemimpin redaksi dan pemimpin perusahaan.

Pemimpin redaksi mengurus mengenai semua hal di bidang redaksi. Isi bidang redaksi yaitu berita dan pendapat. (Soehoet,2003:14). Bidang redaksi ini lah yang mengisi surat kabar dengan berita dan pendapat yang menarik sehingga bisa menarik perhatian pembaca.

Tugas di bidang redaksi menurut Soehoet (2003:14) dibagi dalam tiga bagian menurut sifat pekerjaannya, yaitu:

- a. Mencari dan mengumpulkan berita dan pendapat
- b. Mengolah berita dan pendapat serta mengatur penempatannya
- c. Mengurus administrasi, dokumentasi, dan perpustakaan untuk memudahkan pelaksanaan tugas-tugas pada point a dan b.

D. Berita

1. Pengertian Berita

Menurut Soehoet (2003:23), ada tiga definisi berita, yaitu:

- a. Berita adalah keterangan mengenai peristiwa atau isi pernyataan manusia.
- b. Berita bagi seseorang adalah keterangan mengenai peristiwa atau isi pernyataan manusia yang perlu baginya untuk mewujudkan filsafat hidupnya.
- c. Berita bagi suatu surat kabar adalah keterangan mengenai peristiwa atau isi pernyataan yang perlu bagi pembacanya untuk mewujudkan filsafat hidupnya.

2. Sumber Berita

Menurut Soehoet (2003: 29), ada tiga sumber berita, yaitu:

a. Berita Peristiwa

Reporter menyusun atau menulis berita peristiwa berdasarkan peristiwa atau kejadian yang langsung disaksikannya.

b. Berita Pendapat

Reporter menyusun atau menulis berita pendapat berdasarkan keterangan seseorang atau beberapa orang yang didengarnya.

c. Berita Peristiwa dan Pendapat

Berita peristiwa dan pendapat mengandung peristiwa sebagaimana disaksikan reporter ditambah dengan pendapat orang lain mengenai peristiwa itu sebagaimana didengar reporter tersebut.

3. Penggolongan Berita

Soehoet (2003:34), menggolongkan berita berdasar kadar fakta yang dikandung menjadi empat macam, yaitu:

a. Berita Fakta (*Factual News*)

Berita ini isinya fakta saja, sebagaimana reporter memahami peristiwa yang disaksikannya dan atau pendapat manusia lain yang didengarnya. Reporter tidak memberikan keterangan tambahan.

b. Berita Fakta Ditambah Penjelasan Mengenai Fakta (*Interpreted News*)

Berita fakta terkadang tidak cukup bagi pembaca untuk memahami peristiwa atau pendapat yang dikandung oleh berita tersebut. Oleh sebab itu, redaksi surat kabar perlu memberi penjelasan mengenai fakta yang terjadi.

c. Berita Fakta Bercampur Pendapat Wartawan (*Opinionated News*)

Berita yang fakta dan pendapat wartawan bercampur, sehingga tidak jelas lagi bagian mana yang fakta dan bagian mana pendapat wartawan.

d. Berita Bohong

Berita yang tidak berdasarkan fakta, tetapi hasil karangan reporter belaka. Jadi berita bohong tidak mengandung fakta tetapi reporter berusaha menakutkan pembaca bahwa berita tersebut mengandung fakta.

4. Pengadaan Bahan Berita

Soehoet (2003:94) mengemukakan bahwa ada tiga cara pengadaan berita, yaitu:

- a. Disampaikan anggota masyarakat ke redaksi surat kabar, seperti:
 - Dengan lisan langsung bertemu dengan staf redaksi
 - Dengan surat
 - Dengan lisan melalui telepon
 - Dalam bentuk siaran pers, baik oleh instansi pemerintah, organisasi masyarakat, dan sebagainya.

- b. Disampaikan kantor berita dalam bentuk bulletin yang memuat banyak berita mengenai berbagai macam persoalan.
- c. Dicari oleh staf redaksi surat kabar dengan cara:
 - Memonitor siaran radio dan televisi
 - Mencari langsung ke sumber berita